



## El artista de Franco en Lisboa. Jorge Colaço y sus viñetas sobre la guerra de España en el diario *A Voz*: humor gráfico y propaganda anticomunista (1936-1939)<sup>1</sup>

Alberto Pena-Rodríguez<sup>2</sup>

Recibido: 5 de noviembre de 2018 / Aceptado: 5 de julio de 2019

**Resumen.** Este trabajo es una aproximación a la representación iconográfica a través de las viñetas de tipo humorístico publicadas por el pintor portugués Jorge Colaço, expresidente de la Sociedad Nacional de Bellas Artes de Portugal, en el diario *A Voz* durante la Guerra Civil española. Mediante un análisis esencialmente descriptivo y cualitativo basado en la observación crítica de los dibujos realizados por el artista luso sobre diferentes escenas de la batalla, el objetivo principal del artículo pretende poner de relieve la importancia de la figura artística de Jorge Colaço en el contexto del conflicto fratricida, así como describir los rasgos fundamentales de los códigos expresivos de carácter propagandístico utilizados por el artista para representar la guerra al servicio de la causa rebelde y contra el *comunismo* español. Las viñetas de Jorge Colaço, además de un ejemplo paradigmático del uso del arte con intenciones persuasivas de tipo político, son una muestra de creatividad de gran poder simbólico cuya significación va más allá del mero valor ilustrativo, pues su retórica visual anticomunista transmite un tono, unos valores ideológicos y un perfil artístico original dentro del panorama ibérico.

**Palabras clave:** Portugal; humor gráfico; Guerra Civil Española; prensa; propaganda.

## [en] Franco's artist in Lisbon. Jorge Colaço and his cartoons about the war in Spain in the newspaper *A Voz*: graphic humor and anticommunist propaganda (1936-1939)

**Abstract.** This work is an approach to the iconographic representation through humorous cartoons published by the Portuguese painter Jorge Colaço, former president of the National Society of Fine Arts of Portugal, in the newspaper *A Voz* during the Spanish Civil War. Through an essentially descriptive and qualitative analysis based on the critical observation of the drawings made by the Portuguese artist on different scenes of the battle, the main objective of the article is to highlight the importance of the artistic figure of Jorge Colaço in the context of the conflict, as well as describing the fundamental features of the expressive codes of a propagandistic nature used by the artist to represent war in the service of the rebel cause and against Spanish communism. Jorge Colaço's vignettes, in addition of being a paradigmatic example of the use of art with persuasive political intentions, are a sample of creativity of great symbolic power whose significance goes beyond mere illustrative value, since his anti-communist visual rhetoric conveys a tone, some ideological values and an original artistic profile within the Iberian landscape.

**Keywords:** Portugal; graphic humour; Spanish Civil War; press; propaganda.

<sup>1</sup> Este artículo se enmarca en el proyecto de investigación del Plan Nacional de Investigación del Ministerio de Economía y Competitividad *Los discursos geopolíticos de la Península Ibérica durante las dictaduras de Salazar y Franco: proyectos y realidades de la alianza peninsular y su proyección internacional* (2016-2019). Ref. HAR2015-68492-P.

<sup>2</sup> Universidad de Vigo (España)  
E-mail: [alberto@uvigo.es](mailto:alberto@uvigo.es)

**Sumario:** 1. Introducción. 2. El control de la prensa portuguesa al inicio de la Guerra Civil española. 3. La participación de Jorge Colaço en la campaña contra la IIª República. 4. Las viñetas anticomunistas del pintor portugués en el diario *A Voz*. 5. Conclusiones. Referencias.

**Cómo citar:** Pena-Rodríguez, A. (2019) El artista de Franco en Lisboa. Jorge Colaço y sus viñetas sobre la guerra de España en el diario *A Voz*: humor gráfico y propaganda anticomunista (1936-1939). *Arte, Individuo y Sociedad* 31(4), 861-879.

## 1. Introducción

Durante la Guerra Civil española, los medios de comunicación portugueses se transformaron en un campo fértil para la creación de una iconografía artística de carácter humorístico y propagandístico con una intención casi siempre persuasiva, de agitación y movilización al servicio de la causa salazarista y franquista contra la IIª República española, a la que acusaban de ser un peón del comunismo internacional, como ya han analizado diferentes estudios a lo largo de los últimos años (García, Alves y Léonard 2017, pp. 101-17; Pena-Rodríguez, 2013; Pereira, 2012, pp. 183-94; Oliveira, 1988). La guerra fue percibida por Salazar como un asunto propio, pues su desenlace podría afectar a su futuro político (Raimundo 2015, pp. 257-62). De este modo, la diplomacia, la prensa, la radio, el cine, prestigiosos intelectuales, así como varios miles de combatientes y el territorio portugués, se pusieron al servicio del general Franco (Pena-Rodríguez, 2017; Matos, 2010b, pp. 142-151). En términos relativos, ningún otro país extranjero vivió con tanta intensidad la evolución del conflicto ni hizo un esfuerzo tan grande para favorecer la victoria del fascismo español. Para el dictador portugués, estaba en juego la independencia de Portugal, y Franco se convirtió en su gran esperanza (Rosas, 2012; De Meneses, 2010; Loff, 2008; Oliveira, 2009). Prácticamente todos los periódicos diarios, y especialmente algunas revistas satíricas, como la popular cabecera lisboeta *Os Ridículos*, adoptaron un discurso anticomunista y transformaron los acontecimientos del conflicto español en un tema recurrente de extraordinaria relevancia que tuvo también un impacto en el mundo literario con la edición de decenas de obras que recogían los testimonios de los corresponsales y cronistas que viajaron por España en aquellos convulsos momentos, algunas de autores que se proclamaron abiertamente anticomunistas, fascistas o incluso simpatizantes del nazismo. Entre ellos, destacaron el periodista del *Diario de Lisboa* Félix Correia, que fue uno de los primeros corresponsales en entrevistar al general Franco tras comenzar la guerra y que publicaría el libro dedicado al caudillo español *Quem vem lá? Gente de paz, gente de guerra* (1940), el corresponsal del *Diário de Notícias* Leopoldo Nunes, autor de *A guerra em Espanha* (1936) y *Madrid trágica: dos primeiros tiros á derrocada final* (1937), o el redactor jefe del mismo periódico y agente secreto de Salazar, Armando Boaventura, que firmó *Madrid-Moscovo. Da ditadura á República e á Guerra Civil de Espanha* (1937).

La cartelería, el cine y la fotografía durante el conflicto bélico fueron objeto de extensos y variados estudios que han dado lugar a diversas monografías que analizan el comportamiento de estos medios de comunicación clásicos (De las Heras Herrero, 2017; Elvira, 2011; Tranche & Sánchez-Biosca, 2006; Crusells, 2006; entre otros). Sin embargo, las representaciones artísticas realizadas por los dibujantes de los periódicos

a través de sus viñetas humorísticas o irónicas han sido obviadas o han merecido una atención académica insuficiente (Catalá-Carrasco, 2015a; Martín, 2011; Tubau, 1987), especialmente las producciones iconográficas de artistas de otros países que han intervenido militar, diplomática o políticamente en la guerra, como es el caso de Portugal. Sobre este objeto de estudio es particularmente interesante desarrollar un análisis comparado de la narrativa humorística de los dibujantes españoles y de otros países durante el conflicto bélico. Desde esta perspectiva, aunque centrado en el estudio de las tendencias y vanguardias artísticas, destaca el trabajo de Catalá-Carrasco (2015b), que estudia el humorismo gráfico sobre la guerra española y la revolución cubana en la prensa de Cuba.

Por su marca visual y estética, su creativa mirada de los acontecimientos y por su fácil decodificación informativa, el uso del humor gráfico como medio para representar la batalla y hacer propaganda a través del arte resulta interesante desde el punto de vista de la narrativa simbólica en los dos planos fundamentales de análisis de contenido: el icónico (tanto denotativa como connotativamente) y el lingüístico (Cao, 2011). A la función retórica y artística de las viñetas de tipo político se le concede una escasa relevancia en los manuales de géneros periodísticos (Gomis Sanahuja, 2008; Martínez-Albertos, 2007; Yanes Mesa, 2004). No obstante, ningún teórico discute el importante rol persuasivo y movilizador de las mismas (Tejeiro & León Gross, 2009; Santamaría Suárez & Casals Carro, 2000). De hecho, los estudios más recientes demuestran que las tiras cómicas publicadas en la prensa durante la Guerra Civil española por artistas comprometidos ideológicamente fueron un recurso retórico iconográfico muy utilizado por los bandos en lucha para difundir sus mensajes.

Entre todos los humoristas gráficos que publicaron representaciones satíricas sobre la guerra española en Portugal, el caso del pintor Jorge Colaço es el más singular, tanto por su prestigio y su proyección pública como por la calidad estética y la fuerza expresiva de sus viñetas humorísticas. Jorge Colaço, uno de los pintores portugueses más reconocidos en su época, es posiblemente el artista luso más representativo del humor gráfico político con fines de agitación y movilización popular durante el conflicto español, para legitimar el golpe de Estado, recaudar fondos o reclutar voluntarios para combatir al lado del general Franco en España. Su obra iconográfica y humorística en la prensa portuguesa ha sido obviada en los estudios históricos sobre el humor gráfico luso (De Sousa, 2002 y 1998; De Sá & Dias de Deus, 1999). Sin embargo, sus dibujos publicados en el influyente diario lisboeta *A Voz* sobre la Guerra Civil española son una de las mejores muestras de la utilización de un lenguaje gráfico a favor del movimiento insurreccional español en la prensa lusa. Además de la relevancia artística de la figura de Jorge Colaço y el valor inherente de su incorporación al canon de la historiografía sobre el humor gráfico de la Guerra Civil española dentro del género de la sátira política, la aportación original del trabajo reside en dos aspectos fundamentales: mostrar una novedosa visión de la propaganda franquista en Portugal a través de una narrativa iconográfica impactante que ayudó a mitificar al ejército insurgente español y sus líderes, y describir las principales actividades de su sorprendente colaboración con el bando faccioso español, mostrándose muy activo en la defensa de la *Nueva España* franquista. Un caso verdaderamente extraordinario entre el numeroso contingente de colaboradores del franquismo en Portugal.

Desde la teoría de la propaganda política, este trabajo se basa en una metodología interdisciplinar que aplica un modelo de análisis histórico, esencialmente descriptivo y cualitativo, sobre los aspectos temáticos, la dimensión simbólica y la intención persuasiva del humor gráfico. En un espacio de intersección entre la historia, las ciencias de la información y la creación artística en el contexto de los estudios culturales, el artículo aborda el fenómeno de la narración gráfica de carácter propagandístico en el conflicto fratricida español, estableciendo como objeto de estudio principal las viñetas humorísticas de Jorge Colaço, cuyas creaciones artísticas en la prensa portuguesa cumplieron una función de orientación ideológica y promoción exterior de los militares rebeldes contra la II República española (Moreno Cantano, 2013, pp. 71-105; Jiménez Redondo & De la Torre Gómez, 2013). Desde un modelo de observación crítica basado en la descripción objetiva de los acontecimientos históricos y a través del estudio de fuentes hemerográficas y documentales españolas y portuguesas, se intenta fijar un marco de relación conceptual entre el arte y la propaganda. Para ello, se atiende a los preceptos teóricos del profesor Toby Clark en su obra de referencia *Arte y propaganda en el siglo XX: la imagen política en la era de la cultura de masas* (2000), en el que resalta el uso sistemático de la creación artística y de la imagen al servicio de la propaganda política en la historia contemporánea, especialmente durante los acontecimientos bélicos (Sousa, 2003).

El artículo aborda en primer lugar diferentes aspectos relacionados con la instrumentalización, el control y la censura de la prensa portuguesa por parte del salazarismo para hacer propaganda contra el gobierno republicano español. A continuación, se centra en el perfil y la biografía artística de Jorge Colaço y sus vínculos con los militares golpistas españoles. Y en tercer lugar se estudian sus representaciones artísticas de carácter satírico e irónico publicadas en el diario *A Voz* durante el conflicto fratricida, cuyo objetivo principal era consolidar en la opinión pública lusa un imaginario bélico, político, social y cultural contrario a los defensores del gobierno legal español, al que se identifica con el movimiento comunista internacional y la destrucción sistemática del patrimonio nacional.

## **2. El control de la prensa portuguesa al inicio de la Guerra Civil española**

Para analizar cualquier objeto de estudio relacionado con la prensa portuguesa durante los años treinta, es necesario tener en cuenta cuál era el contexto político e informativo en el Portugal de Salazar, con un modelo de censura previa institucionalizado cuando estalló la Guerra Civil española (García, Alves & Léonard, 2017, pp. 69-101; Matos, 2010a, pp. 85-97; Gomes 2006, pp. 92-94; Pinto, 2004). Entre los meses de mayo y septiembre de 1936, el gobierno de Salazar endureció las restricciones informativas con dos nuevos decretos que afectaban a la libertad de prensa y que eran la puntilla a la libertad de expresión, ya muy limitada desde la instauración de la dictadura en Portugal en 1926 (Franco, 1993, pp. 65-82). El primero, emitido 14 de mayo, prohibía la fundación de nuevas publicaciones sin un reconocimiento oficial previo de idoneidad intelectual y moral de sus propietarios y directores, así como la difusión en Portugal de prensa extranjera con contenidos prohibidos para los medios de comunicación nacionales (Decreto-ley nº 26589 del 14 de mayo de 1936). El segundo decreto obligaba a todos los funcionarios a jurar

por escrito la aceptación del orden social establecido por la Constitución salazarista de 1933, con el expreso rechazo del comunismo y cualquier movimiento subversivo (Decreto-ley nº 27003, del 14 de septiembre de 1936). Salazar estableció que la principal función de la censura era velar por los intereses ideológicos del Estado Novo, cuya propaganda oficial era dirigida por António Ferro desde el Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) (Raimundo 2015; Acciaoui, 2013; Ramos de Ó, 1998). Y para solucionar las desavenencias de los informadores con el control político, el director del SPN propuso la creación de un colegio de periodistas que le permitiría integrar a los profesionales de la información dentro de la estructura corporativa del régimen (Ferro, 1978, pp. 93-95) y de sus elites (Costa Pinto, 2004).

La prensa se había convertido en un estamento poderoso que debía estar vinculado administrativamente al gobierno y servirle para conducir los destinos del país, según los fundamentos ideológicos del salazarismo (Rosas, 2012, pp. 41-53; Mato, 2010a, pp. 57-72; Torgal, 2009, pp. 167-72; De Sousa, 2009, pp. 91-93). Era la plataforma divulgadora de la cultura nacional, creadora de estados de opinión que si no estaban debidamente controlados podían obstaculizar la labor “constructiva” del nuevo modelo de Estado, fundado formalmente en 1933 (Tengarrinha, 2006, pp. 179-180). Así entendía el gobierno salazarista la función de los medios de comunicación. En palabras del diario *A Voz*, Salazar quería hacer de la prensa un “elemento del progreso nacional, al servicio del Bien de la Nación” (*A Voz*, nº 3698, 11 de junio 1937, p. 1). Por esta razón, los periodistas no podían trabajar al margen de la política informativa del gobierno. Indefectiblemente, tenían que incorporarse y formar parte de las estructuras corporativas del mismo. Por lo tanto, de acuerdo con la filosofía política de la dictadura, el trabajo informativo “(...) es un arma que solo debe servir a la verdad. Cuando transgrede la norma que la debe orientar en el servicio a la verdad y a la Nación, frustra su misión y se vuelve un elemento altamente dañino (...)”, según el criterio del ministro del Interior, Mário Pais de Sousa (*A Voz*, nº 3698, 11 de junio 1937, p. 1).<sup>3</sup> Para controlar mejor la actividad de los periodistas portugueses, el 26 de febrero de 1934 se fundó el Sindicato dos Jornalistas con 300 socios (*Diário da Manhã –DM-*, nº 2049, 01/01/1937, p. 17). Sus funciones eran complementadas por el Grémio da Imprensa Diária, integrado dentro del régimen corporativo de acuerdo con el artículo 23 de la Constitución de 1933, en el que se dice que “(...) la prensa ejerce una función de carácter público, por virtud de la cual no podrá rechazar, en asuntos de interés nacional, la inserción de notas oficiales de dimensión común que le sean enviadas por el Gobierno” (*DM*, nº 2009, 20/11/1936, p. 1). El principal objetivo del Grémio da Imprensa Diária, fundado por los directores y propietarios de los más importantes diarios portugueses, era velar por el ejercicio profesional del periodismo dentro del orden político y social establecido por el Estado Novo. Entre 1932 y 1936, se silenciaron todos aquellos periódicos que, fuera cual fuera su ideología, no acataban el *statu quo* de la dictadura (Rosas & Brandão de Brito, 1996, pp. 139-40).

Gracias a sus estructuras de control, cuyos ejes fundamentales eran el SPN y los Serviços de Censura, el gobierno luso pudo monitorizar todo el sistema de medios de comunicación social en Portugal. Tanto la prensa provincial como los grandes diarios nacionales se vieron abocados a seguir las pautas ideológicas del régimen si no querían desaparecer. Además del oficial *Diário da Manhã*, las grandes empresas

<sup>3</sup> Las traducciones del portugués son realizadas por el autor.

periodísticas del país, como la Sociedade Nacional de Tipografia, que editaba *O Século* y *O Século Ilustrado*, la Empresa Nacional de Publicidade, propietaria del *Diário de Notícias*, así como el periódico del monárquico y católico Fernando de Souza, *A Voz*, el *Diário de Lisboa* dirigido por Joaquim Manso, el diario de la Iglesia Católica *Novidades*, y los tres buques insignia de la prensa de Oporto, el *Comércio do Porto*, *O Primeiro de Janeiro* y el *Jornal de Notícias*, se alinearon con el discurso salazarista, con mayor o menor grado de convicción (Pena-Rodríguez, 2017, pp. 48-53).

Durante todo el conflicto bélico español, pero especialmente en el primer semestre de la guerra, la censura estuvo muy pendiente de los acontecimientos de España. El embajador de la República española en Lisboa, el historiador Claudio Sánchez Albornoz, informó a su gobierno el 6 de agosto de 1936 que la acción sistemática de los censores impedía cualquier atisbo de imparcialidad en las noticias que se publicaban sobre España (Cabeza Sánchez-Albornoz, 1992, pp. 98-99). En la difusión de artículos favorables al *Movimiento Nacional* español en los medios de comunicación portugueses participaba la propia dirección del SPN, que además de sus vínculos con los delegados franquistas en Lisboa (coordinados por Nicolás Franco, hermano del general), llegó a mantener algunos contactos con el centro de prensa italiano en la España controlada por los sublevados, la *Ufficio Stampa e Propaganda Italo-Spagnolo* (AMAE/AGA, R-592. Carta de presentación del secretario particular de António Ferro, Jaime de Carvalho, para la dirección de la Ufficio Stampa, s. f.). António Ferro no ocultó en ningún momento su adhesión al franquismo opinando, con cierta regularidad, sobre la guerra y el comunismo en los diarios lusos. Sus consideraciones sentaban cátedra, eran la batuta que marcaba el son de la propaganda portuguesa. Artículos publicados en el *Diário de Notícias* como “A miragem comunista” (nº 25.362, 12/09/1936, p. 1), “A sólida muralha” (nº 25.434, 24/11/1936, p. 1), “Na Espanha espanhola” (nº 25.442, 02/12/1936, p. 1), “O Milagre de Burgos” (nº 25.456, 17/12/1936, p. 1) o “Quem não viu Sevilla?” (nº 25.527, 02/03/1937, p. 1), son una clara muestra de su deseo por liderar la agitación anticomunista en los medios de comunicación portugueses.

El SPN no ahorró esfuerzos para impresionar a la sociedad portuguesa con los “crímenes” del comunismo español (sic). El 8 de junio de 1938, con motivo de una conferencia en Lisboa sobre el “nacionalismo” español del intelectual franquista Wenceslao Fernández Flórez, se inauguró en la sede del SPN una exposición anticomunista con fotomontajes sobre la acción represiva de la Internacional Comunista en varios países del mundo, coordinada por el fotógrafo Mário Novais en colaboración con Roberto Araújo, que pretendía crear un instructivo contraste entre el orden y la paz del Portugal de Salazar, y el desorden *comunista* que estaba destruyendo España (AOS/ANTT, CO/PC-12, carpeta nº 1, 18ª subdivisión. Oficio nº 193-C de António Ferro a Salazar, 18/04/1938). Un cartel apelaba a las madres diciendo: “Madres portuguesas: nacer en Portugal es un favor de Dios” (*DM*, nº 2560, 09/06/1938, p. 4). Posteriormente, en diciembre de 1938, los representantes franquistas en Portugal y el SPN, en colaboración con la diplomacia alemana e italiana, realizaron otra muestra anticomunista en la capital lusa, para la cual los agentes rebeldes aportaron retratos del general Franco, montajes fotográficos de las atrocidades cometidas por el bando republicano sobre civiles y monumentos, así como pruebas documentales de la actividad comunista en España y de la “actividad

constructiva” de los insurrectos (AGA, Exteriores, caja nº 6638. Oficio nº 420 de Nicolás Franco al gobierno de Burgos, 19/10/1938).

Durante el conflicto, debido a su masiva distribución en el territorio controlado por los insurgentes españoles, los diarios portugueses aumentaron sus tiradas de forma exponencial. Según los informes franquistas, en el verano de 1938 el *Diário de Notícias* tenía una tirada diaria de 120.000 ejemplares, *O Século* alcanzaba los 100.000 ejemplares, *A Voz*, alrededor de 25.000, y *Novidades* tiraba 20.000 (AGA, Exteriores, caja nº 6640. Oficio nº 417 del embajador franquista en Lisboa al ministro de Asuntos Exteriores de Burgos, 15/10/1938). Por tanto, la influencia y agitación de la prensa lusa se extendió al territorio nacional español, interviniendo a favor de los sediciosos, principalmente en aquellos lugares donde la producción periodística de los insurgentes era limitada. Indudablemente, la lectura de la prensa lusa tenía una credibilidad añadida, teniendo en cuenta que se trataba de medios de comunicación de un país en teoría ajeno al conflicto, que sin embargo abogaba por la victoria de uno de los bandos.

### **3. La participación de Jorge Colaço en la campaña contra la IIª República española**

Jorge Colaço fue un pintor, caricaturista, diseñador y azulegista portugués nacido en Tanger el 26 de febrero de 1868, hijo del primer barón de Colaço e Machamra, vice-cónsul de Portugal en Brasil y Marruecos entre 1905 y 1906. Fue un artista multifacético que estudió pintura, primero en Madrid, con José Larrocha y Alejandro Ferrant, y después en París, con Ferdinand Cormon. Fue uno de los artistas que resucitaron la afición por el azulejo artístico en Portugal, consiguiendo grandes éxitos en la pintura y fabricación de este característico material decorativo, creando tendencia para muchos ceramistas que imitaron este estilo pictórico sobre el azulejo tradicional, un arte considerado como parte de la identidad nacional portuguesa, frecuente en los principales monumentos nacionales de Portugal y en muchas escenas de la vida cotidiana de las comunidades rurales y pesqueras, lo que lo convierte en un elemento de interpretación historicista y nacionalista. Colaço fue, por tanto, un artista que intentó promover una cierta idea de “portugalidad” en diálogo decorativo y simbólico con la arquitectura tradicional lusa.

Por su obra pictórica, Jorge Colaço recibiría la primera medalla de la Sociedade Nacional de Belas Artes de Lisboa y la Medalla de Honra de la Exposición de Rio de Janeiro en 1908, donde fue además delegado del gobierno por elección unánime del gremio de artistas portugueses. Sus obras más significativas en azulejo están presentes en edificios e infraestructuras relevantes de Portugal, como el Palácio de Buçaco (1907), en la estación de tren de São Bento, en Oporto (1915), en la Casa do Alentejo (1918), en el pabellón Carlos Lopes de Lisboa (1922) o en las iglesias de San Ildefonso (1929) y Dos Congregados (1932), entre otros. Fuera de Portugal, destacan sus pinturas en el Palacio de Windsor (Inglaterra), en la Sociedad de Naciones de Ginebra y en otros edificios públicos de Cuba, Brasil o Argentina. En 1915, realizó en Madrid una exposición inaugurada por D. Alfonso XIII, y entre 1906 y 1910 fue presidente de la Sociedade Nacional de Belas Artes.

La carrera artística de Jorge Colaço se complementó también con actividades relacionadas con el periodismo y la caricatura política. Sus simpatías por la

monarquía portuguesa tuvieron su reflejo en el periódico *O Dia*, dirigido por José Augusto Moreira de Almeida, y en el semanario humorístico *O Thalassa*, fundado y dirigido por él mismo, en los que publicó decenas de dibujos que representaban su ideario político tradicionalista. También fue director del suplemento humorístico del diario *O Século* al tiempo que colaboraba con otras cabeceras importantes de la prensa portuguesa, sobre todo en el diario de tendencia católica y monárquica *A Voz*, dirigido en los años de la guerra española por Fernando de Souza. Su ideología se podría calificar como ultraconservadora, pues se consideraba profundamente monárquico, católico y anticomunista militante. Se identificaba con los valores del Estado Novo y muy especialmente con las ideas políticas que propugnaba el movimiento integralista portugués, entre cuyos ideólogos había algunos intelectuales de prestigio, como António Sandinha y Alfredo Pimenta. Colaço era un defensor a ultranza del nacionalismo portugués que trasladaba a la pintura su amor por las tradiciones y los símbolos de la cultura lusa, en sintonía con sus ideas integralistas y la “política do espírito” del SPN (entrevista a Jorge Colaço en *A Voz*, nº 3538, 28/12/1936, p. 1).

Pero su obra artística no puede separarse de sus actividades políticas, especialmente en el contexto de la Guerra Civil española. Cuando aquella estalló, Jorge Colaço no dudó en posicionarse activamente al lado de los militares insurgentes. Como otros muchos artistas e intelectuales portugueses identificados con el salazarismo, elogió y contribuyó a mitificar tanto la figura de Salazar como la del general Franco, retratados frecuentemente como dos héroes ibéricos contra el enemigo *comunista* (Pena Rodríguez, 2013). En general, la prensa portuguesa veía al caudillo español como un ser predestinado para dirigir el resurgimiento de España imitando a Salazar. Con una narrativa paternalista, el perfil biográfico que solían trazar los periódicos lusos del general Franco era bastante parecido al del jefe del Estado Novo: austero, serio, comprometido con su trabajo, culto y justo. Con cierta frecuencia, informaban sobre “espontáneos” homenajes populares al caudillo (*O Século*, nº 19597, 04/10/1936, p. 1). Según la visión del propio Jorge Colaço, el prestigio de Franco era tal que incluso 1.200 peregrinos musulmanes habían ido a Sevilla desde la Meca para honrar su gesta:

“(…) Para que esos mil doscientos peregrinos, olvidando luchas, tradiciones y prejuicios religiosos (...), vengan de la Meca a Sevilla a homenajear a un jefe cristiano, es necesario que estean bien convencidos de que el generalísimo español, más allá de su valor militar incontestado, posee las tres virtudes con las que un jefe cristiano puede convencer a un moro: una firmeza absoluta de convicciones religiosas, un incuestionable espíritu de justicia, y un alto sentimiento de bondad. El gesto de esos mil doscientos peregrinos llegados de la Meca, que en este caso traducen el sentir de miles de moros de la zona española de Marruecos, es un testimonio evidente del altísimo prestigio del generalísimo español, y explica el motivo por el que las tropas moras de los nacionalistas, como ellos, luchan y mueren por España. Mientras esas tres virtudes exemplificadas por el generalísimo Franco, símbolo de la redención de España, sean para los moros lo que parece indicar, el gesto singular de los peregrinos, las intrigas y las insidias de los enemigos de la zona española de Marruecos, serán como la espuma del mar que se deshace a los pies de sus fortalezas”. (“Os moiros, com a Espanha de Franco”, *A Voz*, nº 3644, 17/04/1937, p. 1). [Traducción del autor].

Jorge Colaço no sólo admiraba al general Franco y representaba escenas heroicas de su ejército en sus dibujos, sino que se implicaba directamente en la captación de fondos para ayudar a financiar la guerra contra la República española. Con la colaboración del *Rádio Club Português* (RCP), dirigido por el capitán Jorge Botelho Moniz, el diario *A Voz* realizó cuestionarios y subastas de diversos objetos valiosos donados para apoyar al franquismo. Una de esas donaciones fue un panel de azulejo pintado por Jorge Colaço, que representaba simbólicamente la “liberación” de España (*A Voz*, nº 3448, 26/09/1936, p. 1). Otra de las colaboraciones del pintor luso con la campaña de ayuda al bando rebelde español fue en el acto de apoyo a los cadetes de Toledo, celebrado en el Casino de Estoril el 25 de octubre de 1936. Una celebración organizada por una comisión de señoras lideradas por la delegada del Auxilio Social y mujer del líder de la Falange en Lisboa, Clara Ruíz de Lloret, con presencia de la famosa locutora española del RCP, Marisabel de la Torre de Colomina, que fustigó con sus charlas radiofónicas al ejército republicano en los primeros meses de la guerra (Ribeiro, 2008). Ella fue la encargada de presentar a los artistas que amenizaban el acto, Corina Freire y la bailarina Carmen Amaya, durante el cual se subastó nuevamente un dibujo alegórico de Jorge Colaço, vendido en 1100 escudos (*O Século*, nº 19617, 25/10/1936, p. 7). Pero quizás una de las acciones más relevantes desarrolladas por Jorge Colaço en la campaña de captación de recursos materiales o económicos para el gobierno franquista fue la creación de la asociación Pro Sanidade Espanhola en junio de 1937, cuya misión fundamental era la recaudación de fondos para los hospitales del bando insurgente en colaboración con el Núcleo Pro Amore-Pro Pace y con miembros de la nobleza y aristocracia española exiliada en Portugal. A tal fin, Jorge Colaço volvió a donar varias de sus obras, además de valiosos libros de arte de su colección personal (*O Século*, nº 19832, 03/06/1937, p. 6).

Además de sus simpatías políticas por el ejército faccioso español, su amistad con el general José Sanjurjo, exiliado en Estoril tras su pronunciamiento militar en 1932, fue otro de los motivos que explicaban su implicación en la campaña antirrepublicana. Fue precisamente él quien propuso, a través de un comunicado público difundido por la prensa portuguesa, hacer un homenaje en memoria del oficial español, tras fallecer el 20 de julio de 1936 cuando la avioneta que lo llevaría a Burgos para incorporarse al movimiento rebelde español se estrelló en Cascais. Según el testimonio de Colaço, la muerte de Sanjurjo fue uno de los golpes más duros de la guerra. El artista portugués había planeado con el director del RCP y jefe del Serviço de Assistência aos Legionários Portugueses en la guerra, realizar un acto en recuerdo del general en el lugar de su muerte poco después de la tragedia, pero ambos decidieron aplazarlo para concentrarse en otras acciones más urgentes de ayuda a los sediciosos. Al finalizar la guerra, el pintor luso creía que el oficial golpista había sido injustamente olvidado y recuperó la idea del homenaje, que fue aplaudida por el *Diário de Notícias* (nº 26276, 04/04/1939, p. 1).

Para honrar la memoria de José Sanjurjo, Jorge Colaço decidió crear una composición pictórica sobre azulejo con un retrato laureado del general, adornado al fondo con una escena simbólica de los soldados rebeldes que combatían el “monstro” comunista bajo la bendición de la imagen de la reina Leonor de Aragón, consorte del rey Duarte I de Portugal (Fig. 1). La obra fue expuesta durante semanas en una calle céntrica de Estoril por la que acostumbraba a pasear el militar español durante

su destierro en Portugal, antes de ser vendido “a favor das vítimas da Espanha vermelha”, según la prensa lusa (*A Voz*, nº 4392, 17/03/1939, p. 1):



Figura 1. Pintura sobre azulejo de Jorge Colaço en homenaje al general José Sanjurjo, expuesta en Estoril (1939). Fuente: *A Voz*, 17 de marzo de 1939. Biblioteca General de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

#### 4. Las viñetas anticomunistas del pintor portugués en el diario *A Voz*

La guerra ha sido a lo largo de la historia un escenario fundamental para desarrollar nuevas estrategias y narrativas de la propaganda en las que ha intervenido la inspiración artística (Clark, 2000, pp. 87-93), especialmente a través de los distintos modelos de ilustración y representación gráfica en los medios modernos de comunicación (Bozal, 2015, pp. 91-97). A lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, los medios impresos han sido un soporte fundamental para la difusión de campañas de propaganda en las que el lenguaje iconográfico adquirió una gran relevancia, con técnicas de persuasión específicas cada vez más depuradas, especialmente a través del discurso de las viñetas periodísticas (Santamaría Suárez y Casals Carro, 2000, pp. 123-25).

En este sentido, no debe soslayarse la importancia del humor gráfico durante la Guerra Civil española como medio propagandístico (Martín, 2011, p. 67). Al igual que ocurrió en la prensa española de ambos bandos, aunque con diferentes tonos, formatos retóricos e iconografías (Catalá-Carrasco, 2015a, pp. 47-48), las narrativas sobre el conflicto a través de las viñetas satíricas fue un recurso muy utilizado por

varios periódicos portugueses con fines persuasivos. El *Diário da Manhã*, el *Diário de Notícias*, *A Voz*, *O Comércio do Porto*, *O Primeiro de Janeiro* y el semanario nacionalista *Acção*, entre las publicaciones más importantes, utilizaron las viñetas para construir un universo simbólico, iconográfico y satírico, cuya función no era sólo ofrecer una representación más divertida e imaginativa del conflicto, sino también para dar cobertura propagandística al discurso oficial del gobierno a favor del golpe de Estado en España, tal y como describe y analiza Tubau en su obra sobre el humor gráfico durante el franquismo (1987, pp. 56-72). Atendiendo a la teoría de análisis iconográfico de Panofsky (1992) y su concepción sincrónica del objeto de estudio, las viñetas y caricaturas publicadas en la prensa lusa deben observarse desde el contexto político y la estructura ideológica del salazarismo, que contribuyó a asociar el comunismo con el gobierno republicano español, representado a través de personajes monstruosos y patéticos al servicio de Moscú. Estos dibujos políticos funcionaron, de hecho, como auténticos editoriales gráficos (Cao, 1998, p. 201).

En este marco particular, la ironía política de Jorge Colaço y su modo de representar humorísticamente su ideología anticomunista en la prensa lusa durante la guerra resulta paradigmática. Con un método creativo inspirado por la obra satírica del gran caricaturista luso Rafael Bordalo Pinheiro (1846-1905), su estilo se distingue esencialmente por utilizar una retórica visual muy simbólica que refleja un lenguaje de ardor guerrero, grandilocuente, exaltado, alarmista, dentro de un imaginario que representaba el comunismo como una ideología ajena y contraria a los valores nacionales de España: deshumanizada, invasora, colonizadora e incluso demoníaca, según el retrato que el propio Colaço hace en una de sus viñetas del líder republicano Francisco Largo Caballero (*A Voz*, nº 3416, 25/08/1936, p. 1). El anticomunismo salazarista permeó la forma de comprender la realidad española a través de los medios de comunicación, cuyos reportajes fotográficos, crónicas, artículos y, por supuesto, las viñetas de Colaço sobre la obra destructiva del comunismo español, ayudaron a definir un nuevo molde ideológico para configurar una nueva conciencia política, favorable a los intereses franquistas.

Hubo varios humoristas gráficos portugueses que publicaron trabajos interesantes, pero ni sus biografías eran tan relevantes ni sus narrativas iconográficas tenían tanta fuerza expresiva y propagandística como las realizadas por Jorge Colaço, publicadas sobre todo en el diario *A Voz* y, en menor medida, en el periódico de la jerarquía católica *Novidades*. Otros casos llamativos en la prensa diaria portuguesa son las viñetas de António Pinto Machado, que firmaba sus dibujos como Gil Vaz en *O Primeiro de Janeiro*, M. Monterroso y Manuel Ribeiro en *O Comércio do Porto* o José de Lemos en el semanario nacionalista *Acção*. Sin embargo, ninguno alcanzó la popularidad y el prestigio artístico ni se implicó de un modo tan significativo a favor del triunfo franquista como Jorge Colaço, cuyas convicciones anticomunistas le hicieron asumir como propia la causa del general Franco, convirtiéndose así en uno de los más activos colaboradores del franquismo en Portugal.

Todas las viñetas publicadas por Jorge Colaço en *A Voz* durante la guerra de España tuvieron a ésta como tema fundamental. Las pautas temáticas, los símbolos y el persuasivo lenguaje icónico e irónico, agitador y movilizador de su humor gráfico, incorporan el mismo patrón propagandístico que los artículos periodísticos que se referían al conflicto en defensa de los valores de la España franquista. Lo que caracteriza ideológicamente su representación de la guerra a lo largo de las 26 viñetas (10 publicadas en 1936, 13 en 1937 y 3 en 1939) que publicó Jorge Colaço,

es su permanente obsesión por ridiculizar de forma maniquea a los líderes del gobierno democrático español, representados como villanos y cobardes, mientras al ejército golpista le atribuye virtudes patrióticas en defensa de la paz contra una supuesta invasión comunista. En su narrativa iconográfica, Jorge Colaço combina tres formatos creativos para representar alegóricamente de forma más visual y eficaz propagandísticamente los asuntos que aborda en sus dibujos. En uno de ellos, se confrontan dos escenarios bajo un título que funciona como encuadre mental, a veces con sarcásticos comentarios al pie, que representan a ambos bandos en lucha para establecer un contraste manifiesto entre el bien y el mal, entre el *comunismo* español y el franquismo. La serie de sus viñetas comienza con uno de estos marcos ideológicos, que ocupa casi toda la portada de *A Voz*, titulado “O Comunismo” (Fig. 2), donde primero puede observarse a una familia encadenada tirando de una carreta dirigida por dos personajes estrambóticos, uno de aspecto asiático y otro rollizo, grotescamente repatingado fumando un puro, con aspecto de representar al líder socialista Indalecio Prieto, enarbolando una bandera con el eslogan “Sem deus nem patria” [Sin dios ni patria]. Y en la siguiente imagen, la misma familia, con dos niños, aparece desnuda en medio de un paraje abandonado a merced de las aves carroñeras, mientras sus supuestos amos suben a un automóvil de lujo (*A Voz*, nº 3400, 09/08/1936, p. 1):

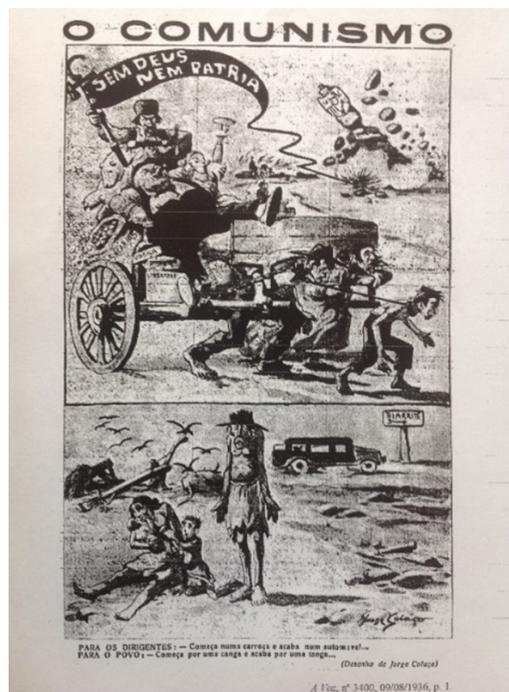


Figura 2. “O comunismo” [El comunismo], Jorge Colaço. Fuente: *A Voz*, 9 de agosto de 1936. Biblioteca Geral de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

El otro formato representa escenas dialogadas entre figuras que pretenden someter a escarnio al gobierno o al ejército de la II República, como el dibujo en el que “Miajasoff” (el general José Miaja) le ordena a un soldado, temeroso por el

avance de los rebeldes, que defienda “las entradas” de la ciudad mientras él toma “las salidas” (*A Voz*, nº 3626, 30/03/1939, p. 1). Y el tercer recurso creativo son los retratos satíricos de líderes republicanos que aparecen siempre situados en un plano de inferioridad moral y en posiciones extravagantes. Entre ellos, podemos destacar la viñeta titulada “O último Goya en Madrid”, acompañada del rótulo “La Miaja desnuda” (Fig. 3), cuya significación iconológica establece un plano de relación entre el cuadro de Goya y el general republicano, caricaturizado como una ridícula duquesa de Alba (ver anexo) (*A Voz*, nº 4339, 27/03/1939, p. 1):



Figura 3. “O último Goya em Madrid: La Miaja desnuda” [El último Goya en Madrid: La Miaja Desnuda], Jorge Colaço. *A Voz*, 27 de marzo de 1939. Biblioteca General de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

Las escenas de su humor gráfico representaban a los combatientes del gobierno de Madrid como mercenarios a las órdenes de Moscú que pretendían eliminar la religión católica y los valores cristianos, las tradiciones culturales de España y todo lo que significaba la civilización occidental. En ocasiones, sus viñetas citaban noticias que publicaba la prensa o escenificaban diálogos entre personajes estereotipados que representaban a los líderes de la II República. José Miaja fue uno de los más parodiados por Colaço, aunque su mordaz crítica se dirigió también hacia los presidentes republicanos Manuel Azaña, Francisco Largo Caballero, Juan Negrín y Santiago Casares Quiroga, entre otros. Jorge Colaço utilizó un imaginario estético anticomunista que representaba de una forma estafalaria a los gobernantes republicanos, con el objetivo de llamar la atención del público y crear así un prejuicio satírico y burlesco que desprestigiara el modelo republicano y provocase una reacción de apoyo al franquismo en la sociedad portuguesa y la comunidad inmigrante española en Portugal (Pena Rodríguez, 2017, pp. 319-25). Singularmente, algunas de sus viñetas utilizan una retórica visual de carácter pedagógico (Tejeiro Salgueiro & León Gross, 2009), que representa a los republicanos como los enemigos de España y a los militares golpistas como sus defensores y víctimas.

Desde el punto de vista temático y cuantitativo, hay tres asuntos predominantes, cada uno con 5 viñetas: la ridiculización del general Miaja, la cobardía del ejército republicano y las atrocidades cometidas por el *comunismo* en España. Aunque

Jorge Colaço también dedica 11 viñetas políticas a otros asuntos relacionados con la guerra de gran valor simbólico, cuya intencionalidad persuasiva se plasma en escenas muy didácticas y representativas de su narrativa anti-comunista. Uno de los temas recurrentes son los fracasados planes de derrocar la dictadura salazarista del expresidente republicano portugués exiliado en España, Bernardino Machado, al que retrata en tres ocasiones como un agente de Moscú, representando su figura como un papagayo (que come alpiste marxista), una rana (que acompaña a un toro comunista moribundo, que simboliza al gobierno republicano) o una calavera sobre una placa con las siglas de la Federación Anarquista Ibérica (FAI), bajo la que se advierte del “perigo de morte” [peligro de muerte] (*A Voz*, nº 3533, 22/12/1936, p. 1). Otro *leit-motiv* agitador es la ineficacia de la Sociedad de Naciones para salvar a España de la “barbarie” comunista (tres viñetas); la deshonrosa huída de Manuel Azaña y su cómoda vida en París (dos viñetas); el asesinato líder conservador José Calvo Sotelo representado como mártir y redentor de España (dos viñetas); la defensa franquista de los valores cristianos y la cultura tradicional española (una viñeta); y el heroico ejemplo moral del ejército de Franco (una viñeta). Desde la óptica del marco narrativo y su intencionalidad manipuladora (Gomis Sanahuja, 2008, 65), la caricaturización de Jorge Colaço sobre el general José Miaja, defensor de la ciudad de Madrid durante gran parte de la guerra, pretende deslegitimar su figura como símbolo de la resistencia republicana, aludiendo en sus representaciones a un conjunto de valores, signos o actitudes del personaje que lo convierten en un ser despreciable por su cobardía, su miedo atroz al ejército insurgente, su falta de principios, su anti-españolismo y su impericia para dirigir a sus tropas. Su aspecto es rechoncho, descuidado, tocado con una gorra adornada por la hoz y el martillo alterados burlescamente y con gesto temeroso y dubitativo. En una de las viñetas se puede contemplar apretándose el cinturón, mientras un texto al pie dice “Cuando de tu vecino el cinturón veas caer, apriétate el tuyo y apártate a correr” (Fig. 4) (*A Voz*, nº 3714, 27/06/1937, p. 1):

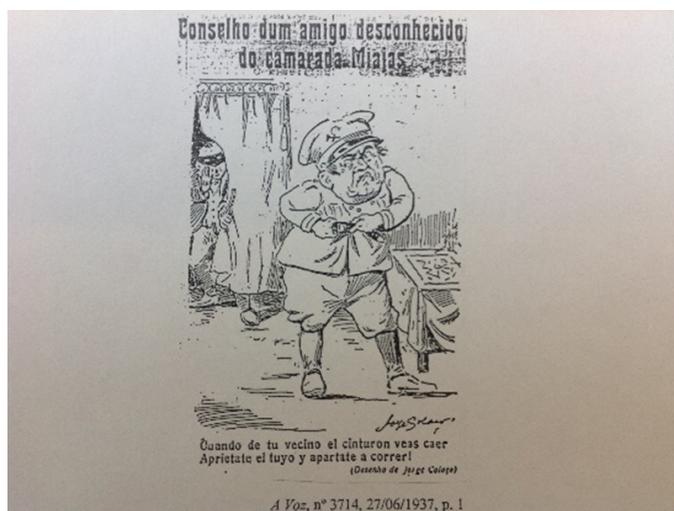


Figura 4. “Conselho dum amigo desconhecido do camarada Miajas” [Consejo de un amigo desconocido del camarada Miajas], Jorge Colaço. *A Voz* 27 de junio de 1937. Biblioteca Geral de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

Jorge Colaço convierte al general José Miaja en un histrión que ostenta el poder absoluto de Madrid a las órdenes de mercenarios rusos, que aparecen dibujados con una fusta en ristre para hostigar la cobardía de los milicianos, retratados con un gorro que luce ridículamente el símbolo comunista invertido sobre sus rostros de rasgos orientales, con fino bigote y gesto agresivo, a los que acompaña a veces una botella de vodka. Conocido por el mote “migajas” por algunos columnistas portugueses, es apodado “Miajassof” por el pintor luso, que utiliza apelativos irónicos con desinencias rusas (como general “Kaganóvitch”) para befa del ejército republicano (*A Voz*, nº 3652, 25/04/1937, p. 1). En su afán por denigrar a José Miaja, Colaço incluye también junto a uno de sus dibujos un poema satírico de Acácio de Paiva sobre un discurso del general republicano, en el que amenazaba con “liberar” Portugal (*A Voz*, nº 3641, 14/04/1937, p. 1).

Esta recurrente sátira del general Miaja, que persigue destruir el prestigio militar de los enemigos de Franco y apagar la esperanza del movimiento republicano en Portugal, se completa con varias alegorías burlescas sobre el extremo canguelo de los soldados leales a Madrid, representados con alpargatas, con expresiones de angustia y a las órdenes de jefes adornados con bigote mogol que los azotaban con látigo para combatir, mientras los rebeldes ondeaban orgullosos su bandera, como símbolo del ideal de su cruzada anticomunista, como puede observarse en la viñeta titulada “[I]dealismos Antagónicos” (Fig. 5) (*A Voz*, nº 3575, 6/02/1937, p. 1):

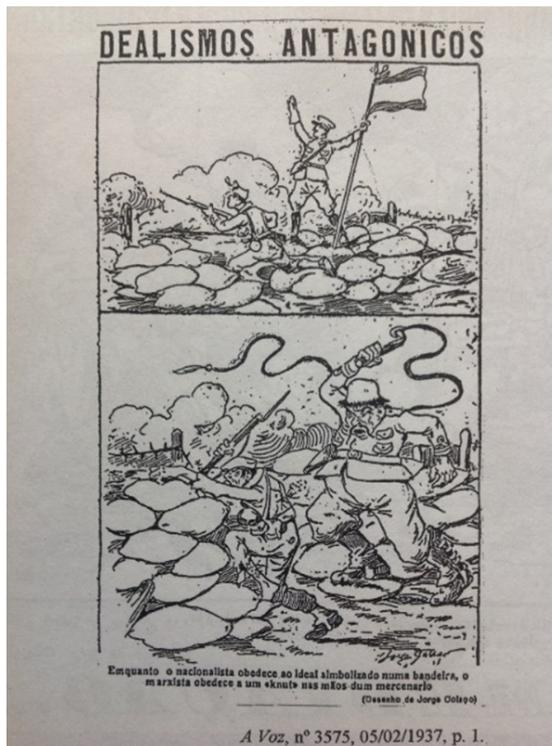


Figura 5. “[I]dealismos Antagónicos”, Jorge Colaço. *A Voz*, 5 de febrero de 1937. Biblioteca Geral de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

Entre las viñetas que representan la destrucción de comunismo en España, destaca una con dos secuencias titulada “Subsídios para a mediação das Potências”, en la que se contraponen gráficamente los valores de un franquismo triunfante frente a la ruina de un comunismo siniestro. En una imagen se observa a Franco representado vistiendo una traje militar con fajín y gorro, con su espada en alto en pose triunfal y su bota izquierda aplastando la cabeza de un soldado republicano de aspecto aberrante, mientras detrás puede verse un altar con la inscripción “Patria”, sobre el que hay una vela que simboliza la tradición, una cruz que hace referencia al gobierno de Burgos, un libro sobre la “Histora de España” y un fondo ordenado de casas con una Iglesia. En la otra escena, un combatiente de aspecto mogol destruye a machetazos esos mismos símbolos ante un presidente Azaña atado a una silla con expresión angustiada en medio de un paisaje devastado (*A Voz*, nº 3603, 7/03/1937, p. 1).

La idea de un ejército republicano a las órdenes del comunismo soviético que ha invadido España es asociada también al anticlericalismo y una persecución planificada contra la Iglesia Católica, tal y como se puede leer en una de las viñetas: “Gracias a mí, a matar sacerdotes y al resplandor de los incendios de las catedrales, acabaste con el oscurantismo... Puedes volar... Eres libre como um pájaro... frito!” [traducción del autor], le dice un sonriente soldado ruso a un miliciano que carga con una pesada piedra que simboliza el marxismo (*A Voz*, nº 3598, 1/07/1937, p. 1). En el marco propagandístico del humorista portugués, la diplomacia internacional se muestra débil e indolente, incapaz de proteger a la sociedad española de las brutalidades del bando *vermelho* español, como puede observarse en las viñetas “Na hora da mediação” [En la hora de la mediación] (*A Voz*, nº 3574, 14/09/1937, p. 1) o “Subsídios para a mediação. A proteção á criança” [Ayudas para la mediación. La protección a la infancia] (*A Voz*, nº 3534, 5/08/1937, p. 1) (Fig. 6):

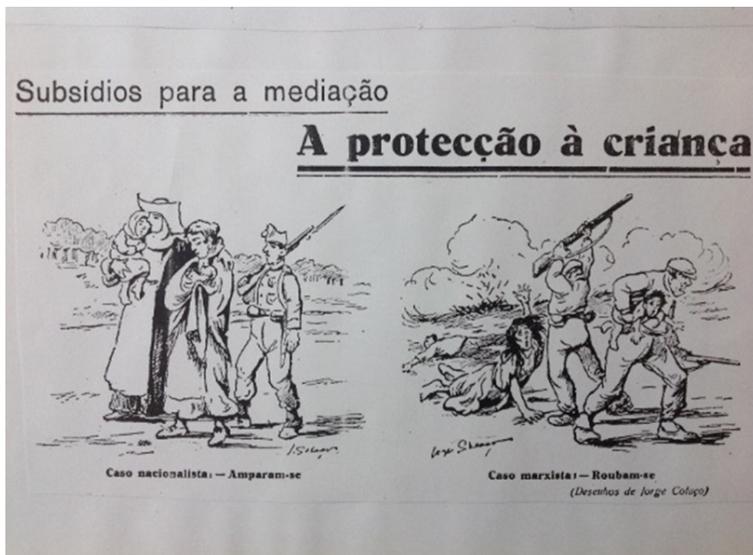


Figura 6. “Subsídios para a mediação. A protecção à criança” [Ayudas a la mediación. La protección a la infancia], Jorge Colaço. Fuente: *A Voz*, 5 de agosto de 1937. Biblioteca Geral de la Universidad de Coimbra. (Fotografía del autor).

En definitiva, el conjunto de viñetas humorísticas de Jorge Colaço sobre la Guerra Civil española son una aportación interesante y original a la representación de la propaganda franquista Portugal. Su narrativa iconográfica reúne elementos de gran poder simbólico que muy probablemente contribuyeron a la agitación de los lectores de prensa lusa y su percepción favorable al golpe militar en España. Su prestigio profesional, su compromiso con el ejército rebelde español y la calidad artística de sus dibujos satíricos, le confieren a Jorge Colaço una relevancia especial que lo hacen merecedor de ser considerado, de manera metafórica, el artista de Franco en Lisboa.

## 5. Conclusiones

Durante la Guerra Civil española, la prensa portuguesa, censurada y controlada por el gobierno salazarista, se convirtió en una plataforma mediática que dio cobertura propagandística al ejército rebelde en España. El Secretariado de Propaganda Nacional del Estado Novo, al servicio de la causa facciosa española, se sirvió de la prensa, la radio y el cine para promover campañas de imagen contra la II República española, a la que identificaban con el comunismo internacional. Los medios de comunicación lusos pronto se transformaron en altavoces de una intensa propaganda anticomunista, que repetía consignas a favor de Salazar y los sediosos en España, que eran vistos como ejército de contención frente a la invasión comunista de la Península Ibérica. El conflicto español fue aprovechado por Salazar para combatir su disidencia interna mediante la agitación de un discurso anticomunista orquestado para legitimar el golpe en España e impedir potenciales revueltas en territorio portugués.

La excitación propagandística contra el *comunismo* español del régimen contagió a muchos intelectuales y artistas lusos, que decidieron, de uno u otro modo, colaborar con la causa contra el gobierno republicano. Uno de los casos más relevantes fue el prestigioso pintor y azulegista lisboeta Jorge Colaço, expresidente de la Sociedade Nacional de Belas Artes, que desde el inicio de la batalla se implicó directamente en la propaganda del ejército insurrecto español ante la opinión pública lusa y contribuyó a su agitación y movilización. El artista luso, amigo del general José Sanjurjo, desarrolló un conjunto de acciones de apoyo al franquismo que tuvieron un relevante eco mediático y artístico, como la donación de obras de arte y objetos personales para la recaudación de fondos para el bando faccioso español o la organización y participación en homenajes a los militares insurgentes.

Pero la principal contribución de Jorge Colaço a la campaña de propaganda a favor de la victoria del general Franco fueron una serie de viñetas humorísticas de carácter anticomunista, dibujadas con una iconografía muy simbólica e irónica, publicadas en el diario de tendencia católica y monárquica *A Voz*, que se transformó en uno de los medios de agitación más potentes del franquismo en el exterior. Sus viñetas representaban de forma satírica diversas escenas que pretendían legitimar al ejército insurrecto frente al gobierno legal español, retratando a los líderes republicanos como personajes histriónicos y grotescos, animalizados ridículamente para el escarnio público a través de un lenguaje burlesco cuya intencionalidad persuasiva era evidente. En su conjunto, la obra humorística de Jorge Colaço sobre la guerra española es relevante tanto por su fama artística y su proyección periodística como por el protagonismo político de su autor. Pero, sobre todo, sus viñetas representan una escenografía de gran poder simbólico cuya significación va más allá del mero

valor iconográfico o ilustrativo, pues su retórica propangandística está basada en uno código de representación que transmite a sus originales dibujos un tono, unos valores ideológicos y un estilo artístico singular que lo convierten en el artista portugués más comprometido con el franquismo en el contexto de la guerra.

## Referencias

- Acciaoui, M. (2013). *António Ferro: A Vertigem da Palavra*. Lisboa: Bizâncio.
- Boaventura, A. (1937). *Madrid-Moscovo. Da ditadura à República e à Guerra Civil de Espanha*. Lisboa: Parceria António Maria Pereira.
- Bozal, V. (2015). *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*. Madrid: Editorial Antonio Machado.
- Cabeza Sánchez-Albornoz, S. (1992). *Semblanza histórico-política de Claudio Sánchez-Albornoz*. Madrid: Fundación Universitaria Española, Diputación Provincial de León.
- Cao, M. (1998). “La capacidad retórica del humor gráfico: la columna gráfica”. *Vivat Academia*, 16 (117E): 1194-1206. Doi: 10.15178/va.2011.117E.1194-1206
- Catalá-Carrasco, J. L. (2015a). “Còmics durante la Guerra Civil Española: Entre la propaganda y el humor de vanguardia”. *Romance Quarterly* 62 (4): 212-28. Doi.org/10.1080/08831157.2015.1068636
- \_\_\_\_\_. (2015b). *Vanguardia y humorismo gráfico en crisis. La Guerra Civil española (1936-1939) y la Revolución cubana (1959-1961)*. New York: Tamesis.
- Clark, T. (2000). *Arte y propaganda en el siglo XX. La imagen política en la era de la cultura de masas*. Madrid: Akal.
- Correia, F. (1940). *Quem vem lá? Gente de paz, gente de guerra*. Lisboa: edición del autor.
- Costa Pinto, A. (2004). “Salazar’s ministerial elite, 1933-44”. *Portuguese Journal of Social Science* 3 (2): 103-113. Doi: 10.1386/pjss.3.2.103/0
- Crusells, M. (2006). *Cine y Guerra Civil española. Imágenes para la memoria*. Madrid: JC Clementine.
- De las Heras Herrero, B. (ed.) (2017). *Imagen y Guerra Civil Española: carteles, fotografía y cine*. Madrid: Síntesis.
- De Meneses, F. R. (2010). *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- De Sousa, J. P. (2009). *O Estado Novo de Salazar como um fascismo de Cátedra. Fundamentação histórica de uma categoria política*. Bolonia: Universidad de Bolonia.
- De Sá, L. & António Dias de Deus. (1999). *Dicionário dos autores de banda desenhada e cartoon em Portugal*. Amadora: Época de Ouro-NonArte (Cadernos do Centro Nacional de Banda Desenhada e Imagem).
- De Sousa, O. M. (2002). *Historia del humor gráfico en Portugal*. Lleida: Milenio.
- \_\_\_\_\_. (1998). *História da arte da caricatura em Portugal*. Lisboa: Humorgrafe, Secretaria de Estado da Comunicação Social (SECS).
- Elvira, P. (2011). *La Guerra Civil española: imágenes para la historia*. Madrid: Lunwerg.
- Ferro, A. (1978). *Salazar*. Lisboa: Edições do Templo.
- Franco, G. (1993). *A Censura a Imprensa em Portugal (1820-1974)*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- García, J. L., Alves, T. & Léonard, Y. (eds.) (2017). *Salazar, o Estado Novo e os Media*. Lisboa: Edições 70.
- Gomes, J. C. (2006). *A censura na ditadura militar e Estado Novo (1926-1945)*. Lisboa: Horizonte.

- Gomis Sanahuja, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOC Press.
- Jiménez Redondo, J. C. & H. de la Torre Gómez (eds.) (2013). *Franquismo y salazarismo en el exterior: de la Guerra Civil a las guerras de África*. Madrid: UNED. Monográfico de *Espacio, Tiempo y Forma. Historia Contemporánea* 25.
- Loff, M. (2008). *O Nosso Século é Fascista. O Mundo Visto por Salazar e Franco*. Oporto: Campo das Letras.
- Martín, A. (2011). “La historieta española, de 1900 a 1951”. *Arbor* 187 (2 extra): 63-128. Doi: 10.3989/arbor.2011.2extran2114
- Martínez Albertos, J. L. (2007). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Thomson.
- Matos, H. (2010a). *Salazar. A construção do mito*. Lisboa: Temas & Debates.
- \_\_\_\_\_. (2010b). *Salazar. A propaganda (1934-1938)*. Lisboa: Temas & Debates.
- Moreno Cantano, A. (coord.) (2013). *Cruzados de Franco. Propaganda y diplomacia en tiempos de guerra (1936-1945)*. Gijón: Ediciones Trea.
- Nunes, L. (1936). *A guerra em Espanha (dois meses de reportagem nas frentes de Andaluzia e Estremadura)*. Lisboa: Sociedade Nacional de Tipografia.
- \_\_\_\_\_. (1937). *Madrid trágica: dos primeiros tiros á derrocada final*. Lisboa: Sociedade Nacional de Tipografia.
- Oliveira, C. (1988). *Salazar e a Guerra Civil de Espanha*. Lisboa: O Jornal.
- Oliveira, L. S. (2009). *Guerra Civil de Espanha: intervenção e não intervenção europeia*. Lisboa: Prefácio.
- Panofsky, E. (1992). *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pena-Rodríguez, A. (2017). *Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España republicana: diplomacia, prensa y propaganda*. Gijón: Trea.
- \_\_\_\_\_. (2013). Los grandes héroes ibéricos. Salazar, Franco y la Guerra Civil española: prensa y propaganda. *Journal of Spanish Cultural Studies* 14 (1): 36-51. Doi:10.1080/14636204.2013.841048.
- Pereira, Bernardo F (2012). *A diplomacia de Salazar (1932-1949)*. Lisboa: Dom Quixote.
- Raimundo, O. (2015). *António Ferro. O Inventor do Salazarismo*. Lisboa: Dom Quixote.
- Ribeiro, N. (2008). La portuguesa en la Guerra Civil española”. *Comunicación y Pluralismo* 5, 35-59.
- Rosas, F. (2012). *Salazar e o Poder. A Arte de Saber Durar*. Lisboa: Edições Tinta da China.
- \_\_\_\_\_ & Brandão de Brito, J. M. (1996). *Dicionário da História do Estado Novo*. Vol I. Lisboa: Bertrand.
- Santamaría Suárez, L. & Casals Carro, M. J. (2000). *La opinión periodística: argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.
- Sousa, J. P. (2003). *Una historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Sevilla: Comunicación Social.
- Tejeiro Salgueiro, R., & León Gross, T. (2009). Las viñetas en prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación* 78. [Recuperado el 7 de mayo 2018]. URL: <https://goo.gl/kHoR4L>
- Tengarrinha, J. (2006). *Imprensa e opinião pública em Portugal*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Torgal, L. R. (2009). *Estados Novos, Estado Novo*. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Tranche, R. y Sánchez-Biosca, V. (2006). *Cine y Guerra Civil española. Del mito a la memoria*. Madrid: Alianza.
- Tubau, I. (1987). *El humor gráfico en la prensa del franquismo*. Barcelona: Mitre.
- Yanes Mesa, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Fragua.